

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adakah Pengaruh Komunikasi Interpersonal Pada Pelayanan Divisi *Marcomm* Avicena *Co-Roasting Space* Terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini berfokus pada seberapa besar pengaruh komunikasi interpersonal pada pelayanan divisi *marcomm* Avicena *Co-Roasting Space* terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling. Penelitian ini menggunakan pelanggan Avicena *Co-Roasting Space* sebanyak 100 responden sebagai sampel. Berdasarkan hasil penelitian, uji koefisien korelasi yang berjumlah 0,847, hasil ini membuktikan bahwa adanya hubungan yang berkorelasi antara Komunikasi Interpersonal dengan Kepuasan Pelanggan yang berada dikategori sangat kuat, lalu  $t_{hitung}$  sebesar 15,765 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,984, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara komunikasi interpersonal pada pelayanan divisi *marcomm* Avicena *Co-Roasting Space* dengan kepuasan pelanggan. Lalu, melalui Uji Koefisien Determinasi bahwa Komunikasi Interpersonal berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 71.7% sedangkan sisanya sebesar 28.3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang mana tidak diteliti pada penelitian ini.

**Kata Kunci:** Komunikasi Interpersonal, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.